

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL

FRANÇA, Erica Lima Barros*; MONTEIRO, Luciano Fernandes

Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Sergipe

* email: ericalfranca@hotmail.com

Resumo: *Responsabilidade social empresarial (RSC) pode ser definida como as responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas das empresas, ou seja, é a ideia de que as corporações devem ir além das funções econômicas, elas devem beneficiar sociedade. Nas últimas décadas, a RSC vem sendo considerada pelas empresas como importante fonte de vantagem competitiva, visto que existe uma cobrança cada vez maior da sociedade para que as corporações aplique essas práticas. Como RSC está relacionada a fatores econômicos, políticos, legais, sociais e culturais, o artigo tem por objetivo fazer uma revisão bibliográfica acerca da aplicação da responsabilidade social empresarial nas empresas brasileiras.*

Palavras-chave: *Responsabilidade social empresarial, ISO 14000, Brasil.*

1. INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial foi um movimento que alterou tanto aspectos de produção na indústria como a forma de viver da sociedade. Uma de suas características era a produção em massa que levava a uma alta produtividade com baixos custos e altos lucros. Porém, esse modelo de desenvolvimento capitalista era focado apenas no aspecto econômico e eram esquecidos os aspectos sociais, ambientais e as condições de trabalho. Assim, notou-se um aumento do desemprego estrutural, no número de pessoas vivendo em extrema pobreza em vários locais do mundo e na degradação ambiental fazendo com que os representantes de diferentes países repensassem, a partir das últimas décadas do século XX, nesse modelo de desenvolvimento, pois eles não conseguiam resolver esses fatores sócio-ambientais.

É neste contexto sócio-econômico, aliado à globalização que começou a surgir um movimento crescente de envolvimento de empresas na área social que futuramente será chamado responsabilidade social empresarial. Segundo Ruggie (2003), responsabilidade social empresarial está ligada ao processo de globalização e com o aumento da necessidade de proteger os aspectos ambientais e humanos. Radonjic e Tominc (2006) afirmam que o aumento da concorrência global tem forçado as organizações a se atualizar constantemente, a fim de diferenciar-se tecnicamente e gerencialmente de seus concorrentes e, assim, se manterem competitivas no cenário incerto e competitivo em que estão inseridos.

A responsabilidade social empresarial (RSC) pode ser definida como o dever de uma empresa em se desenvolver financeiramente de forma que evite prejuízos ou melhore a sociedade e o meio ambiente (STEINER e STEINER, 2009). Carroll (1999) define RSC como as responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas das empresas, ou seja, a ideia principal é que as corporações devem ir além das funções econômicas, elas devem beneficiar sociedade (CAVALCANTI *et al.*, 2012).

Kim *et.al.* (2012) apresentam três tipos de responsabilidade social empresarial. O primeiro tipo é o RSC altruísta em que a empresa não tem lucros econômicos imediatos de suas atividades de RSC. O segundo tipo é RSC estratégico em que a empresa obtém diretamente benefícios e ganhos de lucros de compras do consumidor. E o terceiro é o “no information CSR” na qual a empresa não indica qualquer informação a respeito de como a maior parte dos lucros são doados a atividade RSC. Nas últimas décadas, houve uma mudança na escolha no tipo de prática a ser aplicada na empresa em que antes era escolhida a concepção baseada na caridade e no altruísmo e agora baseada na estratégia empresarial (SMITH, 1994). Em outras palavras, agir como organização transformadora da sociedade passou a ser considerado pelas empresas como importante fonte de vantagem competitiva (SERPA e FOURNEAU, 2007).

Baughn *et al.* (2007) e Gjølberg (2009) apontam que a RSC está relacionada a fatores econômicos, políticos, legais, sociais e culturais. Isso é comprovado na pesquisa de Cavalcanti *et al* (2012) na qual aponta que o local onde a firma está localizada é a maior influência nas práticas de RSC do que outros fatores como o tamanho da empresa e sua posição na cadeia de valor. Assim, não devemos esperar uma prática homogênea das práticas de RSE no mundo, pois cada país tem suas características que influenciam na forma de execução da responsabilidade social.

Uma prova disso são as observações de Gjølberg (2009) e Tsoi (2010). Gjølberg (2009), em sua pesquisa, mostra que países como Reino Unido, Suíça e Holanda são os que mais aplicam a RSC. Já na china, as práticas de RSE são vistas como desnecessárias (TSOI, 2010).

Assim, diante a esses exemplos contraditórios, o artigo tem como objetivo fazer uma revisão bibliográfica acerca da aplicação da responsabilidade social empresarial na empresas brasileiras.

2. ISO 14000

González-Benito (2005) define que a família da ISO 14000 estabelece um modelo de referência para a implementação de sistemas de gestão ambiental das empresas, descrevendo a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para preparar, aplicar, analisar e manter as políticas ambientais da empresa. No entanto, o único padrão normativo dentro desta série é a ISO 14001, que fornece uma lista de especificações e requisitos que uma empresa deve atender. É o único em que a empresa pode ser avaliada e certificada.

Silva e Medeiros (2004) afirmam que no Brasil, o número de empresas que se baseiam na ISO 14001 tem aumentado anualmente. O crescimento neste tipo de certificação tem permitido novas oportunidades de negócios e, assim, facilitou a inclusão de empresas brasileiras no mercado internacional. No entanto, muitos deles ainda não sabem o suficiente sobre os benefícios e as dificuldades de implementação, de certificação e do processo de gestão da ISO 14001 (DE OLIVEIRA *et al.*, 2010).

3. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO BRASIL

Segundo Sauerbronn e Sauerbronn (2011), o interesse das empresas pela RSE cresceu no Brasil a partir da década de 1990, quando foram criadas o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e o Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (Gife) com a intenção de disseminar as práticas de RSE e do investimento social privado.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. Ele afirma que uma empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento e estratégia de suas

atividades, buscando atender as demandas dos stakeholders como um todo. (BERTONCELLO e CHANG JÚNIOR, 2007). As empresas não deixariam de considerar o quesito lucratividade, iriam acrescentar ao seu objetivo aspectos como: atuar buscando trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente. Dessa forma, o Instituto Ethos, por meio de iniciativas como os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, tem incentivado as empresas a se conhecerem e a buscar novos caminhos para evoluir constantemente, e estimulado a busca por modelos de governança que atendam à demanda por um modo de produção mais colaborativo (INSTITUTO ETHOS).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social lançou o relatório “Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil – 2008” que buscou identificar as principais conquistas e os desafios da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil. Nesta pesquisa, é analisado o que as empresas já têm feito em relação à aplicação da RSC, com base nas próprias declarações das empresas sobre suas práticas. Ele foi elaborado com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), uma organização multistakeholder, sem fins lucrativos, que desenvolve uma Estrutura de Relatórios de Sustentabilidade adotada por cerca de 1.000 organizações, em todo o mundo.

Acostumados com a elaboração de relatórios estritamente financeiros, as empresas vêm percebendo que, ao elaborar relatórios de sustentabilidade, encontram um caminho para refletir e internalizar o tema, além de tornar públicos sua própria visão, desafios e resultados econômicos, sociais e ambientais além de criar uma plataforma de comunicação e de diálogo com seus públicos envolvidos (stakeholders).

Os resultados da pesquisa mostram que 21% das empresas têm entre 0 e 12 práticas de RSC implementadas, 29% possuem entre 13 e 22 práticas, 30% têm de 23 a 33 práticas e 20% declaram adesão a 34 ou mais práticas, de um total de 56 práticas avaliadas. Ao todo, 50% das empresas têm ao menos 22 práticas implementadas. Comparando esses dados com os que foram divulgados pelo estudo “Responsabilidade Social Empresarial: Um Retrato da Realidade Brasileira”, realizado pelo Instituto Akatu em 2004 – em que 50% das declararam adesão a pelo menos 11 práticas de RSE, de um total de 55 práticas analisadas, pode-se dizer que houve indica um aumento expressivo no envolvimento das empresas com a RSE nos últimos anos.

As ações mais frequentemente implementadas pelas empresas estão relacionadas à utilização dos dados cadastrais dos clientes ou consumidores somente com sua prévia autorização (73% têm ações implementadas) e assegurar aos trabalhadores uma remuneração que garanta um nível de vida adequado para eles e suas famílias (72%). Outras práticas mais

mencionadas pelas empresas foram: certifica-se que os produtos respeitam as normas de segurança e proteção à saúde (69%); adota medidas para minimizar os riscos à saúde e segurança do consumidor ou cliente (66%); tem normas e processos para evitar o assédio moral e sexual (65%) informa sobre segurança e saúde e outras especificações a seus clientes/consumidores (64%); informa sobre cuidados a serem observados no uso e descarte de produtos e serviços (60%).

Apesar de Silva e Medeiros (2004) afirmarem que no Brasil, o número de empresas que se baseiam na ISO 14001 tem aumentado anualmente, esse número é ainda é pequeno. Isso é mostrado na pesquisa que apontou que as ferramentas e referências de aplicação da RSE, como o certificado ISO 14000 e as Diretrizes da OIT, são hoje pouco utilizadas pelas empresas na definição de suas ações e estratégias de responsabilidade social. Os dados mostram que 37% das empresas utilizam apenas uma ferramenta de RSE, 32% de 2 a 5 ferramentas, 17% fazem uso de 6 a 10 ferramentas e somente 7% usam 11 ou mais ferramentas. As ferramentas e referências individualmente mais utilizadas têm em torno de 5% a 12% de adesão.

Outro aspecto que é notado no Brasil, é a exigência dos consumidores e ONG's pelas práticas de RSC nas empresas, na qual é notado por Muller (2006) que aponta que nas últimas décadas, a preocupação do público para as questões como as alterações climáticas, padrões trabalhistas e de direitos humanos tem crescido enormemente. Assim, como empresas estão sempre na mira das ONG's, da mídia (BENDELL, 2000) e do público, as empresas buscam corresponder as essas exigências ganhando credibilidade e, conseqüentemente, aumentando o seu lucro. Em comparação a esse cenário, na china quase não há cobranças por parte da comunidade e das ONG's e a pressão dos investidores é superficial (LIU *et.al.*, 2010) sendo uma justificativa bastante contundente para o fato da baixa aplicação da RSC. Portanto, podemos destacar a importância significativa da sociedade na aplicação de responsabilidade social nas empresas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O número de práticas de responsabilidade social corporativa adotada pelas empresas brasileiras vem aumentando nos últimos anos, mas ainda está em processo de evolução e aprimoramento. As práticas referentes às relações de consumo e às relações de trabalho são as mais frequentemente adotadas, porém, existe uma baixa percentagem das empresas que adotam

ferramentas e referências de aplicação da RSE mostrando que falta uma maior formalização e institucionalização destas práticas em nível estratégico e político.

Outro aspecto importante que é notado no Brasil são as cobranças dos consumidores e ONG's pelas práticas de RSC nas empresas. O artigo mostra que essas cobranças são um dos motivos do crescimento da implantação dessas práticas.

A mudança de cultura voltada para a sustentabilidade, apesar de ser algo difícil por envolver a quebra de paradigmas, é algo que já está ocorrendo no Brasil, mesmo a uma velocidade lenta. É a partir do estabelecimento de valores sólidos que se compõe a consciência social necessária para a aplicação de novos conceitos. Por isso, é importante que as mudanças não estejam direcionadas apenas para a sociedade atual, mas busquem influenciar futuras gerações. Apenas dessa forma será possível alcançar o status de sociedade sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUGHN, C.C., BODIE, N.L., MCLINTOSH, J.C. Corporate social and environmental responsibility in Asia countries and other geographical regions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* v. 14, p. 189-205, 2007.

BENDELL, J. Civil regulation: A new form of democratic governance for the global economy? In J. Bendell (Ed.), *Terms for endearment. Business, NGOs and sustainable development*. Sheffield: Greenleaf Publishing, 2000.

BERTONCELLO, S.L.T.; CHANG JÚNIOR, J. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. *FACOM*. n 17, 2007.

CARROLL, A. B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, v.38(3), p. 268—295, 1990.

CAVALCANTI, M. S. A., DE CASTRO, F., SOARES, F.A., SILVA, J.C.L.F. A comparative understanding of corporate social responsibility of textile firms in Brazil and China. *Journal of Cleaner Production*, Brasil, vol. 20, p. 119-126, 2012.

DE OLIVEIRA, O. J., SERRA, J. R., SALGADO, M. H.. Does ISO 14001 work in Brazil? *Journal of Cleaner Production* v. 18, p; 1797–1806, 2010.

FERRO, R. Pesquisa Akatu mostra maior adesão das empresas às práticas de sustentabilidade, 2009. Disponível em: <http://akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade/Posts/Pesquisa-Akatu-mostra-maior-adesao-das-empresas-as-praticas-de-sustentabilidade>. Acessado em: setembro de 2013

GJØLBERG, M. Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries. *Scandinavian Journal of Management*, v. 25, p. 10-22, 2009.

GONZÁLEZ-BENITO J, GONZÁLEZ-BENITO O. An analysis of the relationship between environmental motivations and ISO 14001 certification. *British Journal of Management* v.16 p.133-48, 2005.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: http://www3.ethos.org.br/conteudo/gestao-socialmente-responsavel/valores-transparencia-e-governanca/#.VgA_5n1Rp8o. Acessado em setembro de 2015.

KIM, E.E. K, JUHEE, K., MATTILA, A.S. The impact of prevention versus promotion hope on CSR activities. *International Journal of Hospitality Management*, v. 31 p. 43-51, 2012.

LIU, X., Yu, Q., FUJITSUKA, T., LIU, B., BI, J., Shishime, T. Functional mechanisms of mandatory corporate environmental disclosure: an empirical study in China. *Journal of Cleaner Production* v.18, p. 823-832, 2010.

MULLER, Alan. Global Versus Local CSR Strategies. *European Management Journal*, Amsterdam, vol. 24, nos. 2–3, p. 189–198, 2006

RADONJIC, G; TOMINC, P. The impact and significance of ISO 14001 certification on the adoption of new technologies: the case of Slovenia. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, v.17 (6), p. 707–727, 2006.

RUGGIE, J. G. Taking embedded liberalism global: The corporate connection. In D. Held & M. Koenig-Archibugi (Eds.), *Taming globalization: Frontiers of governance*. Cambridge: Polity Press, 2003.

SAUERBRONN, F.; SAUERBRONN, J.. Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre stakeholders e dimensões sociopolíticas de ações empresariais. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, vol. 45 p 435-458, 2011.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F.. Responsabilidade Social Corporativa: uma Investigação Sobre a Percepção do Consumidor. *Revista de Administração Pública*, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.

SILVA, G.C.S., MEDEIROS, D.D. Environmental management in Brazilian companies. *Management of Environmental Quality: An International Journal* v.15, p. 380-388, 2004.

SMITH, C. The new corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, v. 72(3), p. 105-116, 1994.

STEINER, J.F., STEINER, G.A., 2009. *Business, Government, and Society: A Managerial Perspective*. Text and Case. McGraw-Hill Companies, New York.

TSOI, J. Stakeholders' perceptions and future scenarios to improve corporate social responsibility in Hong Kong and Mainland China. *Journal of Business Ethics*, v.1, p. 391 404, 2010.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BRAZIL

FRANÇA, Erica Lima Barros*; **MONTEIRO, Luciano Fernandes**

Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Sergipe

* email: ericalfranca@hotmail.com

Abstract:: *Corporate social responsibility (CSR) can be defined as economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities of companies. In other words, it is the idea that corporations should go beyond economic functions, they must benefit society. In recent decades, the CSR has been considered by companies as an important source of competitive advantage, as there is an increasingly charge by society for corporations to apply these practices. As CSR is related to economic, political, legal, social and cultural factors, the article aims to make a literature review on the implementation of corporate social responsibility in brazilian companies.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, ISO 14000, Brazil.*